بیات، بهروز؛ باب الحوائجی، فهیمه؛ حریری، نجلا؛ اسفندیاری مقدم، علیرضا (۱۳۹۸). شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر براطلافرینی در ایران، همراه با ارائه الگوی نظری. *پژوهشنامه کتابداری واطلاع‌رسانی*، ۹ (۱)، ۲۷- ۴۵.

شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر براطلافرینی در ایران، همراه با ارائه الگوی نظری

بهروز بیات [۱]، فهیمه باب الحوائجی [۲]، نجلا حریری [۳]، علیرضا اسفندیاری مقدم [۴]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۱/۱۹ DOI: 10.22067/riis.v0i0.69978

چکیده

مقدمه: اطلافرینی کارآفرینی با اطلاعات است و به اطلافرینان کمک می‌کند تا بتوانند در محیط رقابتی بازار، به ایجاد ارزش افزوده بپردازند و با سودآوری در این عرصه پاداش‌های مورد انتظار را دریافت نمایند. از این‌رو، این پژوهش با هدف شناسایی و تعیین عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی و دستیابی به الگوی نظری اطلافرینی در ایران انجام شده است.

روش‌شناسی: این پژوهش از نوع کاربردی است، که با رویکرد کیفی و روش نظریه مداخله‌گر یا داده بنیاد انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را ۳۰ نفر از متخصصان و خبرگان در سه قلمرو علم اطلاعات و دانش شناسی، مدیریت و کارآفرینی و فناوری اطلاعات تشکیل می‌دهند، که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته عمیق بود، که تا رسیدن به مرحله اشباع ادامه داشت. داده‌ها به روش‌های کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شد. حاصل این مصاحبه‌ها، مجموعه‌ای از مضامین اولیه بود که طی فرایند کدگذاری باز، گردآوری و از درون آن‌ها مفاهیم اولیه و مقوله‌های عمده استخراج شد. در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله‌ها با عناوین: شرایط علی، پدیده‌محوری، راهبردها، عوامل مداخله‌گر، شرایط مداخله‌گر و پیامدها در قالب پارادایم کدگذاری محوری تعیین و در ادامه در مرحله کدگذاری انتخابی نیز، سیر داستان ترسیم و نظریه مداخله‌گر ارائه گردید.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد، اطلافرینی در ایران متأثر از عوامل ساختاری، رفتاری، مداخله‌گر و راهبردی است. همچنین هریک از عوامل مؤلفه‌هایی دارند که شناسایی و اعلام شدند. شکل ساختار سازمانی، هم‌راستایی (فلت) پیشنهاد شده است.

---

۱. دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران، behrooz.bayat@gmail.com

۲. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران (نویسنده مسئول)، f.babalhavaeji@gmail.com

۳. استاد گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران، nadjlahariri@gmail.com

۴. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران، ali.isfandyari@gmail.com

نتایج: مهمترین عامل در ایجاد پدیده اطلافرینی، وجود اطلاعات و بازیابی آن است که در دو بعد نیاز اطلاعاتی و ایجاد ارزش افزوده، اطلافرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. باتوجه‌به عوامل و مؤلفه‌های شناسایی‌شده، الگوی نظری ارائه شد. در این الگو، کلیه عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران اعم از انسانی، دانشی، اقتصادی، فنی، بافتی و مداخله‌گر مدنظر قرار گرفته است. الگوی ارائه‌شده می‌تواند به‌عنوان نقشه راه و راهنمای جامعی برای کلیه افراد، سازمان‌های دولتی و مؤسسه‌های خصوصی علاقه‌مند به اطلافرینی در کشور استفاده شود.

کلیدواژه‌ها: اطلافرینی، مؤلفه‌های اطلافرینی، کارآفرینی با اطلاعات.

مقدمه

عصری که امروزه در آن به سر می‌بریم، به عناوین متعددی مزین شده است. عناوینی که هرکدام طرفداران و منتقدان خود را دارد و موجب ظهور و بروز نظریه‌های مختلفی در قلمروهای مطالعاتی علوم انسانی و اجتماعی شده است. یکی از آن عناوین که به عصر کنونی اطلاق می‌شود «عصر اطلاعات» است. ویژگی عصر اطلاعات از جنبه‌های مختلفی بررسی شده و نتیجه یکی از جدیدترین آن‌ها، پرسشی است که متخصصان علم اقتصاد و کارآفرینی مطرح کرده‌اند: چگونه می‌توان داده‌ها، اطلاعات و کالاهای اطلاعاتی را به پول و ثروت تبدیل کرد؟ پاسخ این پرسش را باید در مفهوم اطلافرینی جست‌وجو کرد.

برابرنهاده «اطلافرینی»[۱] از پیوند ابتدا و انتهای دو واژهٔ «کارآفرینی»[۲] و «اطلاعات»[۳] پدید آمده است (علیدوستی و خسروجردی، ۱۳۹۱). مبتکر واژه اطلافرینی شخصی به نام اچ. ویتزن[۴] است، او این واژه را در اداره ثبت اختراعات آمریکا به نام خویش ثبت کرده است. ویتزن اطلافرین را چنین تعریف می‌کند: فردی که اطلاعات را گردآوری و سازماندهی می‌کند و از طریق یک کسب‌وکار اطلاعاتی که دارای ارزش افزوده است، آن را اشاعه می‌دهد. حال باید دید اطلافرینان چگونه و با استفاده از چه روش‌ها و الگوهایی می‌توانند نقش خود را بهتر ایفاء کرده و ارزش افزوده بیشتری ایجاد کند.

اصطلاح اطلافرینی یک واژه به‌نسبت جدید در علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی[۵] است، هرچند مفهوم آن از زمان شروعِ تبادل و مشاوره اطلاعات وجود داشته است. راموگوندو (Ramugondo, 2010) بر این باور است که اطلافرینان فناوری‌های نوینی را پدید آورده و از راه‌های تازه‌ای برای پخش داده‌ها و

۱. Infopreneurship
۲. Entrepreneurship
۳. Information
۴. H. Vitzen
۵. Library & Information Science (LIS)

اطلاعات بهره برده‌اند. آنان شکل‌های جدیدی از اطلاعات و شیوه‌های تازه‌ای برای کسب درآمد ارائه داده‌اند.

در هنگام گسترش بازرگانی و خدمات اینترنتی، هماهنگی و همراهی با این روش‌ها بهترین شانس برای موفقیت و کسب درآمد را فراهم می‌آورد ویتزن و پارخیل(Weitzen & Parkhill, 2006). از این‌رو، یکی از حیطه‌های اقتصاد مبتنی بر نوآوری و خلاقیت، کارآفرینی با اطلاعات یا همان اطلافرینی است جیب (Gibb, 2005). این تفکر به اطلافرینان کمک می‌کند تا در محیط‌های واقعی کسب‌وکار، به رقابت پرداخته و با کسب درآمد و ثروت‌آفرینی در این عرصه، درآمد مورد انتظار خود را دریافت نمایند.

امروزه در سطح بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر رقابت افزایش یافته و بهره‌وری، کیفیت و دانش بنیان‌بودن با اقتصاد نوین پیوند خورده است. اذعان می‌دارد که، در آینده نه چندان دور بازارهای جهانی از آن شرکت‌هایی خواهد بود که ریسک پذیر بوده و به ارزش افزوده اطلاعات بهای بیشتری دهند. ازآن‌جا که اطلافرینی از حیطه‌های اقتصاد مبتنی بر نوآوری و خلاقیت است، از این‌رو، اطلافرینان مبتکر و خلاق در این عرصه همواره می‌توانند؛ رقابت کرده و نتایج مورد انتظار را دریافت نمایند.

علی‌رغم ضرورت و اهمیت این موضوع که به‌صورت خلاصه در بالا به آن پرداخته شد. بررسی‌ها و شواهد حاکی از آن است که اطلافرینی مفهومی نو، در بازار کار اطلاعاتی کشور به شمار نمی‌آید. علی‌رغم وجود تجربه‌های عملی اطلافرینی در ایران، پژوهش‌ها و مقاله‌های اندکی در این زمینه به زبان فارسی تألیف شده است. بنابراین، به‌نظر می‌رسد، برای افرادی که به این حیطه از فعالیت‌های اقتصادی علاقه‌مند هستند، مبانی نظری و الگوی مناسبی وجود ندارد. ازاین‌رو، شناسایی و تعیین مؤلفه‌های اطلافرینی و دستیابی به الگوی نظری آن در قالب پژوهش حاضر ضروری به‌نظر می‌رسد.

با جست‌وجوی پیشرفته و بررسی محتوای پایگاه‌های اطلاعاتی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، مگیران، نورمگز، سیویلیکا و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، به‌نظر می‌رسد، پژوهشی در زمینه شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در داخل کشور انجام نگرفته است. ازاین‌رو، مسئله اصلی این پژوهش مشخص‌نبودن عوامل، مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی و الگوی نظری اطلافرینی در ایران است. لذا به منظور پرکردن این شکاف، پاسخ به پرسش‌هایی که در ادامه مطرح خواهد شد، ضروری است.

۱. عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران کدام‌اند؟

۲. الگوی نظری اطلافرینی در ایران چگونه است؟

مرور پیشینه‌های پژوهش

بررسی و مرور پیشینه‌های داخلی نشان داد در تعدای از پژوهش‌ها به‌طور پراکنده به موضوع کارآفرینی با اطلاعات و استفاده از فناوری‌های مرتبط با اطلاعات و ارتباطات پرداخته شده است. همچنین با مراجعه به پایگاه‌های اطلاعاتی بین‌المللی و استفاده از کلیدواژه‌های اطلافرینی و کارآفرینی با اطلاعات، مواردی که به هرشکل با موضوع مقاله حاضر مرتبط بودند استخراج و طبقه‌بندی شد. در جدول ۱ خلاصه‌ای از پیشینه‌های پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱. مرور مختصر و سازمان‌یافته پیشینه‌های پژوهش

نویسندگان	موضوع	روش و یافته ها
دوتویت (Du Toit, 2000)	آموزش اطلافرینی با در نظر گرفتن دیدگاه دانش آموزان	این پژوهش با رویکرد کمی به‌صورت پیمایشی در دانشگاه‌های آفریقای جنوبی انجام شده است. به‌علت پدیدآمدن بحران اقتصاد جهانی، بیکاری دانش‌آموختگان افزایش چشمگیری داشت؛ بنابراین استخدام دانش‌آموختگان با کاهش چشمگیری همراه بود ازاین‌رو، تمرکز و توجه‌به خوداشتغالی و فعالیت‌های اطلافرینی افزایش یافت.
کولسون توماس (Koloson.Tomas, 2000)	کارآفرین اطلاعاتی	این پژوهش با رویکرد کیفی در دانشگاه لوتون انگلستان انجام شده است. عامل گردش بیشتر اطلاعات و خدمات اطلاعاتی مطابق با میزان اطلاعاتی است که روزانه تولید شده و برای عموم قابل دسترس است.
کیت، سلواراجا و میر (Keat, Selvarajah & Meyer 2011)	بررسی عوامل مؤثر بر تمایل دانشجویان به‌کارآفرینی	این پژوهش با رویکرد کمی و با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته در شمال مالزی انجام شده است. آموزش کارآفرینی و پیشینه کسب‌وکار خانوادگی رابطه معنی‌داری با تمایل به‌کارآفرینی دارد.
لام و استوو (Lahm & Stowe, 2011)	اطلافرینی، ریشه‌ها، تکامل و انقلاب	این پژوهش به روش مرور اکتشافی در آمریکا انجام شده است. اکتشافی از فناوری اطلاعات، با تأکید بر پیامدهای ممکن به منظور تدریس، پژوهش و کارآفرینی در آینده را ارائه می‌دهد.
کاسن، وناونهاون، لیگوری و وینکل (Kassean,Vanevenhoven, Liguori, & Winkel, 2015)	آموزش کارآفرینی: تأملی در تجربیات و اقدامات جهان واقعی	این پژوهش با رویکرد کمی در آمریکا انجام شده است. یافته‌ها نشان داد خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان (ESE)، نیروی محرکه‌ی فعالیت‌های دانشجویان در کلاس درس است. همچنین برخی از فعالیت‌های رایج کلاس کارآفرینی، تأثیر منفی بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان (ESE) دارد.
دواه و موچولا (Dewah & Mutula, 2016)	دیدگاه‌های دانشجویان از آموزش اطلافرینی در گروه آموزشی مدیریت آرشیو و	این پژوهش با استفاده از هر دو رویکرد کمی و کیفی در کشور زیمباوه انجام شده است. برنامه آموزشی اطلافرینی کاملاً مرتبط با دوره تحصیلی بود. گرچه سخنرانی‌ها و کلاس‌های درس استادان در تأمین منابع اطلاعاتی و آموزشی مفید بود. باوجوداین،

نویسندگان	موضوع	روش و یافته ها
	مستندات	دانشجویان احساس می‌کردند که برای آشنایی هرچه بیشتر باید از برخی کسب‌وکارهای مبتنی بر اطلافرینی بازدید کرده و در این بازدیدها استادانی از گروه آموزشی اطلافرینی آنها را همراهی نمایند. دانشجویان همچنین علاقه‌مندی خود را جهت دعوت از کارشناسان صنعت اطلافرینی و آشنایی با تجربیات و دیدگاه‌های آنان نشان دادند. بررسی‌ها همچنین نشان داد که دانش آموختگان دوره‌های اطلافرینی، برای حضور و فعالیت مؤثر در مشاغل اطلافرینی آماده هستند.
اخوان‌صراف و آراسته (۱۳۸۷)	کارآفرینی زنان و فناوری اطلاعات و ارتباطات	این پژوهش به شیوه مروری پس از بیان ضرورت توسعه کارآفرینی در میان زنان، راهکارهای تسهیل فرایند راه اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه توسط آنان برمبنای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات را ارایه نموده است.
بهمنی، خدایی متین (۲۰۱۳)	تأثیر جهت گیری‌های کارآفرینانه بر مدیریت دانش در شرکت‌های کوچک و متوسط	این پژوهش با رویکرد کمی و به روش هم‌بستگی‌معادلات ساختاری انجام شده و به بررسی تأثیر گرایش‌های کارآفرینانهٔ مدیران بر فرایند مدیریت دانش در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که بین گرایش‌های کارآفرینانه با مدیریت دانش، مؤلفه‌های نوآوری با کسب، خلق و کاربرد دانش، خطرپذیری با کسب و خلق دانش و پیشگام‌بودن با کسب، خلق و کاربرد دانش، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.
صابری (۱۳۹۶)	کارآفرینی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی: یک تحلیل عاملی اکتشافی	این پژوهش با استفاده از فن تحلیل عاملی اکتشافی انجام شده است. هدف شناسایی، تحلیل و تبیین عوامل اثرگذار در کارآفرینی دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی بوده است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و برای اجرای آن از روش نظریه مداخله‌گر[1] یا داده‌بنیاد با رویکرد کیفی استفاده شده است. روش پژوهش نظریه مداخله‌گر یک شیوه پژوهش کیفی است که به‌وسیله آن، با استفاده از یک‌سری داده، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. به‌طوری که این نظریه در یک سطح وسیع، فرایند، عمل یا تعاملی را تبیین می‌کند. نظریه حاصل از اجرای چنین روش پژوهشی، نظریه فرایندی است. همچنین چنانکه بازرگان‌هرندی (۱۳۸۷) معتقد است، پژوهشگرانی که روش نظریه مداخله‌گر را

۱.Grounded Theory

به‌کار می‌برند با استفاده از شیوه‌های منظم گردآوری داده‌ها، به تشخیص مقوله‌ها، مضمون‌ها و برقراری رابطه میان این مقوله‌ها پرداخته و نظریه‌ای برای تبیین یک فرایند عرضه می‌کنند. وقتی که برای تبیین یک فرایند به یک نظریه نیاز داریم، از نظریه مداخله‌گر استفاده می‌کنیم. زمانی که نظریه‌های موجود به تبیین چنین فرایندی نمی‌پردازند، به‌کمک نظریه مداخله‌گر می‌توان درباره وقوع این فرایند یا مشکل یا افراد مورد مشاهده یک نظریه را صورت‌بندی کرد (بازرگان‌هرندی، ۱۳۸۷).

دانایی‌فر، الوانی و آذر (۱۳۸۸) براین باورند که هدف عمده در نظریه داده‌بنیاد تبیین یک پدیده از طریق مشخص‌کردن عناصر کلیدی (مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها) آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرایند آن پدیده است. به‌عبارت‌دیگر، هدف آن حرکت از جزء به کل، بدون ازدست‌دادن توجه به محور اصلی بررسی است. اگر علاوه‌بر فهم کامل پدیده، شناخت فرایند پدیده در بستر اجتماعی آن مورد نظر باشد، روش نظریه مداخله‌گر مورد استفاده قرار می‌گیرد (ادیب‌حاج‌باقری، ۱۳۸۵، ۳۸). باتوجه‌به اینکه پژوهشگران در این پژوهش به‌دنبال یافتن عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر پدیده محوری اطلافرینی از یک‌سو و ارائه الگو و چهارچوب نظری اطلافرینی در ایران از سوی دیگر هستند، لذا از روش نظریه مداخله‌گر استفاده شده است. در ادامه، مراحل انجام پژوهش تبیین می‌شود.

مطالعات اسنادی گام نخست اجرای پژوهش حاضر بود. مشاهده و تحلیل نظری مرحله دوم بود که در این مرحله، موارد کاربردی اطلافرینی تحلیل گردید. در مرحله سوم مصاحبه‌های عمیق با خبرگان اطلافرینی انجام شد، کدگذاری مصاحبه‌ها به موازات انجام دادن مصاحبه‌ها صورت گرفت و مصاحبه‌ها تا زمان اشباع نظری ادامه یافت. کدگذاری و تحلیل مصاحبه‌ها، باتوجه‌به روش پژوهش نظریه مداخله‌گر در طی پژوهش، از طریق برهم‌کنش مداوم بین جمع آوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها و در نهایت ایجاد چهارچوب نظری مرحله پایانی اجرای این پژوهش بود.

ابزار و شیوه گردآوری داده‌ها

مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. مصاحبه‌ها اغلب به شکل حضوری و در برخی موارد به‌صورت تلفنی انجام و گفت‌وگو با دستگاه ضبط‌صوت، ضبط گردید. در این نوع مصاحبه، پژوهشگر فهرستی از پرسش‌ها یا صرفاً موضوع‌های اصلی پژوهش مورد نظر را تهیه می‌کند که این فهرست، برگه راهنمای مصاحبه خوانده می‌شود و صرفاً مشخص‌کننده موضوع‌هایی است که مصاحبه، آن‌ها را پوشش خواهد داد و مصاحبه‌گر الزامی به رعایت ترتیب در مطرح‌کردن

پرسش‌ها بر طبق برگه راهنمای مصاحبه ندارد (حریری ۱۳۸۵، ۱۵۰). هدف از انجام مصاحبه در پژوهش حاضر کسب اطلاعات عمیق از آزمودنی‌ها در ارتباط با عوامل و مؤلفه‌های مؤثر و همچنین پیامدهای ناشی از اطلافرینی و نیز چهارچوب نظری و چیستی و چرایی اطلافرینی در ایران بود. مدت مصاحبه باتوجه‌به میزان تمایل پاسخ‌دهی آزمودنی‌ها از ۴۵ تا ۸۵ دقیقه به طول انجامید. اشباع داده‌ها، عامل اساسی اتمام نمونه‌گیری بود. در این پژوهش اطمینان از رسیدن به نقطه اشباع زمانی حاصل شد؛ که تحلیل مصاحبه سبب ایجاد کد جدیدی نگردید و مفاهیم متن در کدهای موجود جای گرفتند. در مجموع، ۳۰ مصاحبه عمیق انجام شد که ۳ مصاحبه آخر منجربه ایجاد کد جدید نشد.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این پژوهش متخصصان و خبرگان علم اطلاعات و دانش‌شناسی، مدیریت و کارآفرینی و فناوری اطلاعات بودند. باتوجه‌به روش پژوهش، از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. به‌طورکلی راهبرد نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، هدفمند است (محمدپور، ۱۳۸۹، ۱۱۹). حریری (۱۳۸۵) می‌افزاید، منطق نمونه‌گیری هدفمند، عبارتست از انتخاب موارد غنی از اطلاعات، یعنی مواردی که پژوهشگر از طریق آن‌ها می‌تواند اطلاعات بیشتری درباره موضوع‌های اساسی مربوط به مسئله و هدف پژوهش به‌دست آورد؛ اما نمونه‌گیری هدفمند خود دربرگیرنده شیوه‌های متعددی است که هر کدام با روش کیفی خاصی انطباق دارند و دراین‌بین، نظریه زمینه‌ای از راهبرد نمونه‌گیری نظری استفاده می‌کند (محمدپور، ۱۳۸۹، ۱۱۹). معیار قضاوت درباره زمان متوقف‌کردن نمونه‌برداری نظری، کفایت نظری شده مقوله‌ها یا نظریه است (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۹، ۷۸ و ۷۹). در این پژوهش با انجام۳۰ مصاحبه کفایت نظری حاصل شد. مصاحبه‌شوندگان شامل ۱۵ نفر از اعضای هیئت‌علمی و متخصصان و خبرگان علم اطلاعات و دانش‌شناسی، ۱۰ نفر از اعضای هیئت‌علمی با سابقه تألیف و تدریس در رشته‌های مرتبط با مدیریت و کارآفرینی و اقتصاد اطلاعات و ۵ نفر از متخصصان فناوری اطلاعات بودند و از نظر مرتبه علمی نیز به ترتیب ۸ نفر استاد، ۱۰ نفر دانشیار، ۱۱ نفر استادیار و ۱ نفر مربی جامعه پژوهش حاضر را تشکیل دادند.

روش اعتبارسنجی پژوهش

در پژوهش‌های کیفی، معیارها و ملاک‌های متفاوتی برای اعتبارسنجی وجود دارد برای اطمینان از روایی و پایایی داده ها، از چهار معیار یا مفهوم زیر استفاده می‌شود لینکلن و گوبا (Lincoln & Guba, 1985).

اعتبارپذیری:[1] این معیار به واقعی‌بودن توصیف‌ها و یافته‌های پژوهش اشاره دارد. در پژوهش حاضر، به منظور گردآوری اطلاعات، پژوهشگران به‌مدت ۱۵ ماه در محیط پژوهش حضور مداوم و مستمر داشتند و بارها فایل‌های مصاحبه را بازنگری و بررسی کردند. همچنین پژوهشگران تمامی مراحل پژوهش و تصمیم‌ها را به‌طور دقیق ثبت نموده و دربارهٔ یافته‌های حاصل به بحث و تبادل نظر پرداختند.

انتقال‌پذیری: [2] به درجهٔ تعمیم‌پذیری یا انتقال نتایج به زمینه‌ها و محیط‌های دیگر اشاره دارد. ازاین‌رو، درپژوهش‌حاضر، نتایج با جزییات کافی و به‌صورت عمیق بیان می‌شوند تا معیار شرح عمیق که یکی از معیارهای انتقال‌پذیری است، به‌دست آید.

اطمینان‌پذیری:[3] در پژوهش کیفی، قابلیت اطمینان، جایگزین مفهوم پایایی می‌شود. برای افزایش قابلیت اطمینان‌پذیری ، توصیه می‌شود که پژوهشگر به شرایط متغیر طرح پژوهش، تغییرات پدیده‌های مطالعه و به‌طورکلی، به زمینه در حال تغییر پژوهش توجه کرده و این تغییرات را به‌طور دقیق توصیف نماید لینکلن و گوبا (Lincoln & Guba, 1985).

در این پژوهش نیز به تمامی این موارد توجه شده است. برای این منظور مصاحبه‌های ضبط‌شده، متون نسخه‌برداری‌شده مصاحبه‌ها، برگه راهنمای مصاحبه، فهرست مصاحبه‌شوندگان و مقوله‌های استنتاج شده از داده‌ها و یادداشت‌های پژوهشگران همگی ثبت و مستند شدند.

تأییدپذیری:[4] به این مسئله اشاره دارد که یافته‌های پژوهش تاچه‌اندازه از تأثیر سوءگیری یا دیدگاه‌های پژوهشگر مبرا بوده است. در این پژوهش، برای تأمین تأییدپذیری اطلاعات، از همان ابتدای پژوهش تمامی مستندهای مربوطبه داده‌های پژوهش و همچنین استنتاج‌ها، تفسیرها و یافته‌ها به روشی نظام‌مند ثبت

۱. Credibility
۲. Transferability
۳. Dependability
۴. Confirmability

و ضبط شدند. مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده به‌همراه یافته‌ها دوباره به اطلاع مصاحبه‌شوندگان رسید و نظرات اصلاحی آنان اعمال گردید یا پس از ارسال دوباره، موارد به تأیید نهایی خبرگان رسید.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و رسیدن به نظریه از روش کدگذاری نظری استفاده شد. مراحل کدگذاری نظری شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی است، که نخستین بار توسط گلاسر و استراوس[1] مطرح شد (حریری، ۱۳۸۵). در پژوهش حاضر هم داده‌ها در سه مرحله گردآوری شدند: در مرحلهٔ نخست، کدگذاری باز و سپس کدگذاری محوری انجام شد. به‌عبارت‌دیگر، نکات کلیدی و مواردی که مصاحبه‌شوندگان تأکید بیشتری برآن‌ها داشتند، از مصاحبه‌ها استخراج گردید. پژوهشگران این نکات کلیدی را از مصاحبه‌ها به‌دست آوردند، سپس کدهای ثانویه از کدهای اولیه ایجاد و در مرحله بعدی به مفهوم‌سازی از کدهای ثانویه پرداخته شد. مرحله بعدی شکل‌دهی مقولات بود؛ در مرحله پایانی نیز، کدگذاری طبقات اصلی حاصل از شکل‌دهی مقولات استخراج گردید.

یافته‌های پژوهش

در ادامه و پس از انجام کدگذاری و استخراج نکات کلیدی و مواردی که مصاحبه‌شوندگان بر آن‌ها تکیه بیشتری داشتند، طبقات اصلی حاصل از شکل‌دهی مقولات استخراج شد، تا عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی شناسایی گردد و از طریق آن‌ها به پرسش نخست پژوهش پاسخ داده شود. نتایج و یافته‌ها به‌ترتیب در جدول‌های ۲ تا ۷ آمده است.

جدول ۲. طبقه اصلی عوامل و مؤلفه‌های ساختاری مؤثر بر اطلافرینی

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
عوامل و مؤلفه‌های ساختاری	زیرساخت‌های فناورانه	دسترس‌پذیری اطلاعات، ذخیره اطلاعات، بازیابی اطلاعات، پردازش اطلاعات، آمایش اطلاعات، بازاشاعه اطلاعات، بازتولید اطلاعات، استفاده از فناوری‌های نوین
	زیرساخت‌های مدیریتی	نگاه مثبت مدیران، درک درست مدیران، پاسخ‌گونبودن مدیر ارشد، نگاه مثبت مدیران به فناوری اطلاعات، وجود ممیزی اطلاعات، تعیین کیفیت، چگالی و خوبی و بدی اطلاعات، بعد اطلاع‌باوری، بعد حقوقی و قانونی مقرراتی، بعد جریان اطلاعات در جامعه، بعد ارزیابی اطلاعات، شاخص‌های تولید اطلاعات، توزیع اطلاعات، تصمیم‌گیری برمبنای ذهنیت‌ها، نظرات شخصی نه داده‌های علمی

[1] Glaser, B. G. and Strauss, A. L

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
	نیروهای انسانی متخصص	آشنایی با رویکردهای روز بازار، بازاریابی، ارتباطات، آشنایی با رضایت‌مندی کاربران و مصرف‌کنندگان اطلاعات، آشنایی با بازار هدف یا بازارهای اطلاعاتی، تسلط به ترکیب، تولید و ارائه اطلاعات، درگیری اعضای هیئت‌علمی در آموزش، عدم تمایل استادان به تولید اطلاعات، تربیت متخصصان اطلافرینی، تربیت متخصصان موضوعی، اختیارات کامل تأثیرگذار و درآمدزا، شناخت کافی از اطلاعات و کارکردهای اطلاعات، برنامه‌های مطلوب آموزشی و پژوهشی در مراکز
	زیرساخت های فرهنگی	درک اهمیت اطلاعات، نقش بی‌بدیل اطلاعات، اطلاعات منبع ثروت، پذیرش اطلافرینی، باور به اطلاعات ارائه‌شده، تداوم فرایند تولید اطلاعات، درجه توسعه‌یافتگی جامعه، رفتار اطلاع‌یابی، سطح معلومات عمومی، رفتار مصرف اطلاعات، درآمدزایی از کالاهای اطلاعاتی، فرهنگ‌سازی اطلافرینی، درک نیازهای اطلاعاتی اقشار جامعه، درنظرگرفتن ذائقه مصرف‌کنندگان، وجود قوانین و مقررات برای امنیت اطلاعاتی، اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌های گروهی
	ساختار سازمانی همراستا(فلت)	وجود اطلاعات روزآمد، ارائه سریع اطلاعات به مصرف‌کننده، متخصصان موضوعی، دسترسی سریع به اطلاعات، ضرورت حفظ مشتری، تصمیم‌گیری سریع، الگوهای نوین ساختار سازمانی

جدول ۳. طبقه اصلی عوامل و مؤلفه‌های رفتاری مؤثر بر اطلافرینی

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
عوامل و مؤلفه‌های رفتاری	روحیه پذیرش	مثبت‌اندیشی، ریسک‌پذیری، روحیه ارتباطی و جمعی، روحیه دوراندیشی، روحیه صبرطلبی، پذیرش اطلاعات به‌عنوان کالای با ارزش، قابلیت تبدیل اطلاعات در بازار، به‌روزرسانی ارزش‌های اطلاعات به مثابه کالا، نگرش به اطلاعات در شکل غنی و پردازش‌شده، اکسیر اطلاعات دلیلی برای افزایش چگالی کیفی فعالیت‌های کارآفرینانه، وجود اطلاع‌باوری برای ایجاد اطلافرینی، درک اطلاعات به‌عنوان کالای با ارزش، شناخت ارزش اطلاعات، قبول پرداخت هزینه و پول، ارائه اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان، تقاضای حداکثری اطلاعات از سوی دانشگاهیان، ناتوانی در تأثیرگذاری بر همه مردم
	عوامل انگیزشی	سهیم‌کردن همکاران در سود حاصل، تغییر نگرش، تبیین چشم‌انداز، سلسله‌مراتب نیازهای انسانی، مشخص‌کردن اهداف و مقاصد، تبیین ارزش‌های سازمانی، تحلیل رقبا
	داشتن مهارت	مهارت‌های ذاتی، مهارت‌های اکتسابی مدیریت و رهبری، مهارت‌های فنی وآشنایی با فناوری اطلاعات، مهارت‌های پیرامونی در راستای افزایش کاربری و راهبری، انعطاف پذیری و مدیریت تغییر، مدیریت زمان، مهارت‌های سواد اطلاعاتی، واکنش گرابودن اطلاعات، مهارت‌های اطلاع‌یابی، ارائه اطلاعات رایگان در کنار اطلاعات تجاری، ارائه و باز ارائه مطالب، ایجاد ارزش افزوده، تولید محتوای آسان (صوتی‌تصویری)، حمایت و پشتیبانی از فعالیت‌های اطلافرینی

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
	داشتن خلاقیت	ارائه ایده‌های نو، ابهام در اطلاعات، خلق اطلاعات جدید، ارائه خدمات اطلاعاتی متنوع، نیازآفرینی برای کسب اطلاعات، گسترش طرح‌های نوین اطلافرینی، لحاظ مقیاس‌پذیری و تکرارپذیری
	داشتن نوآوری	انجام کارهای جدید، ارائه الگوهای نوین کسب‌وکار، تنوع در کسب‌وکار اطلاعاتی، عملی‌کردن افکار و اندیشه‌های نو، سرشاربودن از شور و اشتیاق، پشتکار زیاد، خلاق‌بودن و محدودنبودن به چهارچوب‌ها
	نیاز اطلاعاتی	شناخت ماهیت و وسعت اطلاعات، دسترسی به اطلاعات مورد نیاز و کارا، شناخت رفتار اطلاع‌یابی، تمایز میان چند مفهوم، منبع یا کانال مناسب اطلاعاتی، نقش اطلاعات در تصمیم‌گیری، پردازش و استفاده از اطلاعات، اصل عدم اطمینان

جدول ٤. عوامل و مؤلفه‌های مداخله‌گر مؤثر بر اطلا فرینی

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
عوامل و مؤلفه‌های مداخله‌گر	تصمیم گیری‌های کلان	تصمیمات دولت، وجود پایگاه اطلاعاتی، تجاری‌سازی اطلاعات، ارتقای دانشگاه‌ها، گسترش پژوهش درکشور، حمایت‌های حقوقی، تأمین منابع انسانی کارآمد، تقویت رکن آموزشی، تقویت رکن پشتیبانی علمی، شفاف‌سازی قانون و مقررات به منظور ایجاد اطلافرینی، داشتن مهارت در هر زمینه (تنوع در هر زمینه)، ارتباط بین مراکز اطلافرینی
	امکان تبدیل دانش	تبدیل داده‌ها به اطلاعات، بازتولید دانش اولیه، تحلیل‌های مختلف از یک دانش، درک نیازهای اطلاعاتی جامعه، روزآمدی اطلاعات، انتقال اطلاعات از منابع داخلی و خارجی، اشتراک‌گذاری داده‌ها، تولیدات علمی مطلوب در دانشگاه‌ها، آماده‌سازی اطلاعات برای تصمیم‌سازی، ارتباط تولید کننده با مصرف‌کننده، شناسایی نیازهای مصرف‌کننده‌ها، بسترسازی محتوایی، رویکرد سیستمی و فرایندی به تولید اطلاعات، بازاریابی اطلاعات جدید، پاسخ به نیازهای روز در هر قلمرو علمی به تناسب هر رشته، اهمیت به بحث و گفتمان‌سازی، نیاز مردم به اطلاعات اقتصادی بیش از سایر نیاز، مجلات تخصصی الکترونیکی، شرکت‌ها و مؤسسه‌های اختصاصی، جدایی تولید و عرضه اطلاعات، دسته‌بندی درست اطلاعات، ایجاد ارزش افزوده اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی و استفاده از آن‌ها
	عوامل فرهنگی و اجتماعی	فرهنگ‌سازی در سطوح خرد وکلان، تبیین امور باتوجه‌به نوبودن، فرهنگ‌سازی درباره ارزش اطلاعات، ایجاد فرهنگ هزینه‌کردن برای اطلاعات، درک مقاومت در برابر تغییر، امکان ایجاد تعامل و ارتباط بین کاربران

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
	عوامل اقتصادی	استفاده بهینه از فضای مجازی برای اطلافرینی، تبدیل اطلاعات خام به اطلاعات با ارزش، ترس دانش آموخته‌ها در ورود به اطلافرینی، ورود بخش خصوصی به اطلافرینی، وجود بازارهای اطلاعاتی، جلب نظر مشتریان اصلی اطلاعات (دانشجویان واستادان)، توسعه ابزارها، بهبود در کیفیت اطلافرینی
	رشد تحصیلات تکمیلی	تعداد زیاد دانشجویان، نیازهای اطلاعاتی دانشجویان و استادان، نیاز به‌کار دانش آموختگان، استعدادهای فوق العاده، همراهی دانشگاه‌ها، فشار از سوی جامعه
	بستر سازی	همراهی قانون، پشتیبانی حقوقی، تسهیل روند مبادلات مالی، اجرای قانونی کپی‌رایت، تدوین آیین‌نامه‌ها، تسهیل تجاری‌سازی، مؤلفه‌های بازاریابی، مفهوم تمایز، تیم به‌جای گروه

جدول۵. طبقه اصلی عوامل راهبردی مؤثر بر اطلافرینی در ایران

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
عوامل و مؤلفه‌های راهبردی	آموزش مداوم	ارائه تحلیل‌های مختلف دربارهٔ دانش، ارائه محتوا با هدف آموزش مستقیم، تقویت اطلاع‌رسانی در ساختار آموزشی
	پژوهش و توسعه	پژوهش در روندهای جاری اجتماعی در فضای مجازی، آسان‌سازی دسترسی به اطلاعات، تولید اطلاعات به شکل پردازش شده
	خدمات بهینه	ارائه خدمات تخصصی، پاسخ به نیازهای اطلاعاتی، تولید محتوا برای مخاطب به‌صورت رایگان و در کنار آن ارائه خدمات پولی، اکسیر قرار دادن اطلاعات برای افزایش چگالی کیفی
	مشتری مداری	تنوع در ارائه اطلاعات، برآوردن نیازهای اطلاعاتی در زمان مقرر، سفارش به گروه‌های تولیدی برای اطلاعات خاص، جلب نظر مشتریان اصلی اطلاعات (دانشجویان واستادان)
	برند سازی	موفقیت دربازاریابی، وفادرای مشتری، ارائه بهترین و کامل‌ترین خدمات، ایجاد برندهای اطلاعاتی درحوزه‌های مختلف، طراحی مدل تجاری برای کسب درآمد، ثبات کسب‌وکار، ارتباط منظم و همیشگی با مشتریان
	شبکه‌سازی	ایجاد شبکه ای از تولید کنندگان محتوا، ارتباط متخصصان دانش باهم در یک شبکه اطلاعاتی، استفاده از اثرگذاران اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی، ایجاد انجمن‌ها و گروه های آموزشی، گردهمایی‌های اطلافرینی، برنامه‌ریزی رخدادهای ملی

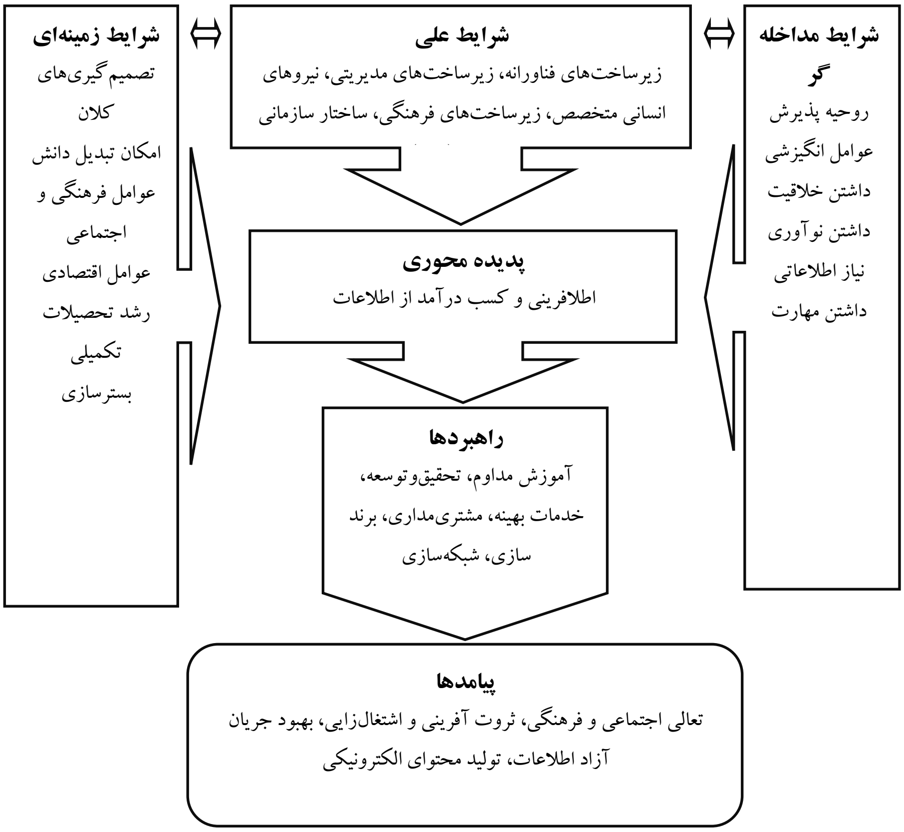
جدول٦. پیامدهای ناشی از اطلافرینی در ایران

طبقه اصلی	مقوله‌ها	کدهای ثانویه
پیامدهای اطلافرینی	تعالی اجتماعی و فرهنگی	ارتقاء جامعه، مداومت در تولید علم، رشد ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، اجتماع بهینـه، تربیـت افراد با فضل و دانش، تولید و توسعه علم، توجه به یادگیری، جامعه دانش محـور، رشـد فکـری، کمک به محیط‌زیست
	ثروت‌آفرینی و اشتغال‌زایی	افزایش فرصـت‌های کـاری، افـزایش سـود تولیدکننـده محتـوا، فرصـت بازاریـابی بـرای ناشـران الکترونیکی، بازاریابی منابع دیجیتال، فرصت کاری برای متخصصان آموزش دیده و ماهر
	بهبود جریان آزاد اطلاعات	برجسته‌سازی مزیت‌های اطلافرینـی، بـالارفتن کیفیـت خـدمات و محصـولات، بـالا رفـتن تنـوع خـدمات و محصـولات، گسـترش جامعـه اسـتفاده‌کننده، از میـان برداشـتن محـدودیت‌هـای اطلاع‌رسـانی سـنتی، پاسـخ سـریع بـه نیازهـای اطلاعـاتی روزمـره، ارائـه اطلاعـات روزآمـد، اطلاع‌رسانی هدفمند، اشاعه گزینشی اطلاعات
	تولید محتوای الکترونیکی	اهمیت اشتراک منابع الکترونیکی، اشتراک گسترده داده و اطلاعـات، سـاختار مناسـب محتـوای دیجیتـالی، حفاظـت از اطلاعـات تولیدشـده، افـزایش مهـارت‌هـای تـأمین منـابع الکترونیکـی، یکپارچه‌سازی اطلاعات، ایجاد دسترسی عمومی، ضرورت تمرکز بر کیفیت محتوای دیجیتـالی، لزوم روزآمدی محتوا و منابع

جدول ۷. مقوله‌ها و شکل‌دهی به طبقه‌های اصلی پژوهش

طبقات اصلی	مقوله‌ها
عوامل ساختاری	۱. زیرساخت‌های فناورانه؛ ۲. زیرساخت‌های مدیریتی؛ ۳. نیروهای انسانی متخصص؛ ۴. زیرساخت های فرهنگی؛ ۵. زیرساخت اقتصادی؛ ۶. ساختار سازمانی هم راستا (فلت).
عوامل رفتاری	۱. روحیه پذیرش؛ ۲. داشتن مهارت؛ ۳. داشتن خلاقیت؛ ۴. داشتن نوآوری؛ ۵. عوامل انگیزشی؛ ۶. نیاز اطلاعاتی.
عوامل مداخله‌گر	۱. تصمیم‌گیری‌های کلان؛ ۲. امکان تبدیل دانش؛ ۳. عوامل فرهنگی اجتماعی؛ ۴. عوامل اقتصـادی؛ ۵. بسترسـازی؛ ۶. رشد تحصیلات تکمیلی.
عوامل راهبردی	۱. آموزش مداوم؛ ۲. پژوهش و توسعه؛ ۳. خدمات بهینه؛ ۴. مشتری‌مداری؛ ۵. برندسازی؛ ۶. شبکه‌سازی.
پیامدها	۱. تعالی اجتماعی و فرهنگی؛ ۲. ثروت‌آفرینـی و اشـتغال‌زایـی؛ ۳. بهبـود جریـان آزاد اطلاعـات؛ ۴.تولیـد محتـوای الکترونیکی.

باتوجه‌به یافته‌های پژوهش و در پاسخ به دومین پرسش پژوهش مبنی بر ارائه الگوی نظری اطلافرینی در ایران می‌توان شکل زیر را برای تبیین چهارچوب نظری ترسیم نمود:



شکل ۱. الگوی نظری عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران

بحث ونتیجه گیری

در این پژوهش نخست عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران تعیین شد و پس از آن منطق انتخاب این عوامل و مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح گردید، در گام دوم، براساس داده‌های به‌دست‌آمده، به عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران توجه شد و الگوی نظری آن بر مبنای

داده‌های گردآوری شده، شکل گرفت. همان‌طورکه اشاره شد، مهمترین عامل در ایجاد پدیده اطلافرینی، وجود اطلاعات و بازیابی آن است که در دو بعد نیاز اطلاعاتی و ایجاد ارزش افزوده، اطلافرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اطلافرینی زمانی شکل می‌گیرد که اطلاعات به‌عنوان یک کالا یا خدمت محسوب شود و افراد دست‌اندرکار این قلمرو، درخصوص تولید و بازتولید و در نهایت عرضه آن در بازار تلاش نمایند. دراین‌صورت، کسب‌وکار اطلاعاتی همانند سایر کسب‌وکارهای تجاری گسترش می‌یابد و می‌تواند زمینه را برای رشد و توسعه همه‌جانبه فراهم نماید.

بر اساس نتایج این پژوهش، برای توسعه اطلافرینی پنج دسته از عوامل لازم است. این عوامل می‌توانند با تأثیرگذاری بر اطلافرینی موجب رشد آن شده و جامعه شاهد پیامدهای حاصل از اطلافرینی باشد. دسته نخست، عوامل ساختاری هستند و طبق داده‌های گردآوری شده از مصاحبه با متخصصان شش تا از مؤلفه‌هایی که عوامل ساختاری را شکل می‌دهند شناسایی شدند. از نظرساختار سازمانی نیز، متخصصان بر ساختار سازمانی هم‌راستا یا فلت تأکید داشتند. باتوجه‌به نیازهای اطلاعاتی پیش‌بینی‌نشده کاربران، علت این امر لزوم ارتباط نزدیک بین گروه ناظر جامعه و تولیدکننده محتواست. بنابراین ساختارسازمانی تابعی از ارتباط هم‌سو و به ویژه، به‌موقع‌بودن نیازهای اطلاعاتی است. به‌عبارت‌دیگر، ساختار سلسله مراتبی بدون شک موجب ازدست‌رفتن زمان و مشتری می‌شود.

دسته دوم عوامل رفتاری هستند که دارای شش زیرمجموعه روحیه پذیرش، داشتن مهارت، خلاقیت، نوآوری، عوامل انگیزشی و نیاز اطلاعاتی است. این مؤلفه‌ها هرکدام زیرمجموعه خود را دارند که در جدول ۳ به آن‌ها اشاره شده است.

یکی از مهمترین مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی روحیه پذیرش است. این بدان معنا است که باید جامعه و افراد آمادگی پذیرش اطلافرینی را داشته باشند و انگیزه و روحیه اطلافرینی درآن‌ها وجود داشته باشد. اطلافرینی فقط ارائه خدمات در یک پایگاه اطلاعاتی نیست، بلکه بهره‌برداری و تبدیل اطلاعات و کالای اطلاعاتی به ثروت و پول است. سازمان‌دهی اطلاعات موجب ایجاد ارزش افزوده اطلاعات می‌گردد و اطلاعات پس از سازمان‌دهی در اختیار کاربران جهت استفاده قرار می‌گیرد. ازاین‌رو، سازمان‌دهی و اشاعه اطلاعات یکی از مصادیق بارز اطلافرینی است و این امر توسط متخصصان اطلافرینی انجام می‌شود. اطلافرینان، مهارت‌های رایانه‌ای، اطلاع‌یابی و سواد اطلاعاتی دارند. این افراد با داشتن مهارت‌های مذکور، به‌راحتی می‌توانند تمامی نیازهای اطلاعاتی را تحلیل و در شبکه‌ها و پایگاه‌های

اطلاعاتی مختلف جست‌وجو کرده و نیازهای اطلاعاتی کاربران و مشتریان را با یافتن و اشاعه اطلاعات برطرف نمایند.

مؤلفه‌های دیگر عوامل رفتاری یعنی خلاقیت، نوآوری، نیاز اطلاعاتی و عوامل انگیزشی در اغلب یافته‌ها و نتایج پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفته و هم‌راستا با نتایج پژوهش حاضر است (صابری، ۱۳۹۶؛ صفرزاده و جعفری، ۱۳۸۹؛ بلینکر، دریزلر، فریگمن و کجلدسن Blenker, Dreisler, Faergeman, and Kjeldsen, 2006؛ کیت، سلواراجا و میر ، Keat, Selvarajah, and, Meyer 2011؛ وبر weber, 2011). در پژوهش حاضر هم علی‌رغم متفاوت‌بودن نگاه و نیز شیوه پژوهش، خلاقیت و به‌کار بستن ایده‌ها و انجام کارهای جدید یا همان نوآوری لازم و ضروری اعلام شده است. لذا ارائه و به‌کارگیری ایده‌های نو در جذب و ترکیب اطلاعات می‌تواند بسیار نتیجه بخش باشد؛ به‌بیان‌دیگر، از ابعاد مهم اطلافرینی داشتن خلاقیت و نوآوری و به‌کاربستن آن‌ها در این زمینه است.

سومین دسته، عوامل مداخله‌گر هستند که به تصمیمات دولت و نهادهای تأثیرگذار و موضوع تجاری‌سازی اطلاعات و سایر عوامل مداخله‌گر در جامعه مرتبط است. این عوامل در واقع برای اطلافرینی بسترسازی می‌کنند. به‌بیان‌دیگر، اطلافرینان، با درنظرگرفتن زمینه‌های ساختاری و رفتاری افراد جامعه می‌توانند در یک بستر مناسب خلاقیت ایجاد.

یافته‌های پژوهش نشان از آن دارد که دسته چهارم از عوامل مؤثر بر اطلافرینی عامل راهبردی هستند. راهبردها بیانگر رفتارها، فعالیت‌ها و تعاملات هدف داری هستند. راهبردها تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر، که در این پژوهش با عنوان عوامل رفتاری از آن‌ها نام برده شد و بستر حاکم یا همان عوامل زمینه ای هستند؛ اما در نهایت مؤلفه‌هایی که طبقه پیامدها را شکل دادند، بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها و تحت تأثیر دیگر عوامل به‌وجود می‌آیند. در پژوهش حاضر، پیامدهای ناشی از اطلافرینی در ایران نتیجه راهبردهای (کنش‌ها و تعاملات) ایجاد شده و تأثیرپذیر از طبقه محوری، بستر حاکم و شرایط مداخله‌گر است.

چهارچوب نظری حاکم بین عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران بر پایه نظریه مداخله‌گر و براساس مدل پارادایمی ارائه شده است. این الگو که به‌نظر می‌رسد، برای نخستین‌بار در ایران مطرح شده با تکیه بر نظر متخصصان قلمروهای مرتبط و شرایط و عوامل مؤثر بر پدیده محوری در نظریه داده بنیاد ارائه شده است. در این الگو، کلیه عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافرینی در ایران اعم از انسانی، دانشی، اقتصادی، فنی، بافتی و مداخله‌گر مدنظر قرار گرفته‌اند. الگوی حاضر نشان دهنده هر یک از

شرایط علی، مداخله‌گر، بستر حاکم در فضای اطلافرینی در کشور بوده و در این راستا راهبردها را نیز ارائه می‌دهد. همچنین در این مقاله تأثیر اجزای مختلف الگو بر یکدیگر مورد تحلیل قرارگرفته و کلیه عوامل و مؤلفه‌های مطرح در الگو اولویت‌بندی شده‌اند. بنابراین، الگوی ارائه شده می‌تواند به‌عنوان راهنمایی عملی برای کلیه افراد، سازمان‌ها و مؤسسه‌های خصوصی علاقه‌مند به اطلافرینی در کشور مورد استفاده قرار گیرد.

الگوی نظری اطلافرینی در ایران می‌تواند در کلیه سازمان‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی دولتی و خصوصی فعال در امر تولید و انتشار اطلاعات وعلاقه‌مند به تولید و گسترش محتوای دیجیتالی و الکترونیکی مورد استفاده قرار گیرد. همچنین کلیه دانش آموختگان حوزه‌های مرتبط، به‌ویژه، دانش‌آموختگان علم اطلاعات و دانش‌شناسی، که به‌دنبال کسب درآمد و ایجاد اشتغال در حوزه تخصصی خود هستند، کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی بزرگ، جزء بهره‌وران اصلی این الگو قلمداد می‌شوند. از طرف‌دیگر، افزون‌بر موارد بالا، کلیه سازمان‌هایی که به‌نوعی در ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای اطلاعاتی یا همان اطلافرینی در کشور نقش دارند، از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت علوم تحقیقات و فناوری، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، دولت، مجلس شورای اسلامی، مراکز علمی و آموزشی و مراجع قانونگذاری و همچنین انواع شرکت‌های نرم‌افزاری، می‌توانند از این الگو نظری بهره‌برداری نمایند. باتوجه‌به اهمیت اطلافرینی و پیامدهای آن در جامعه، باید در جست‌وجوی راهکارهایی بود تا توجه بیشتری به این حوزه موضوعی صورت پذیرد. لذا ابتدا چند پیشنهاد کاربردی ارائه شده است:

۱. باتوجه‌به پیچیدگی اطلافرینی نسبت به‌کارآفرینی در سایر بخش‌های اقتصادی، پیشنهاد می‌شود اطلافرینی در شبکه‌ای از مجموعه دانشگاه‌ها و پژوهشکده‌های علمی شکل بگیرد و افراد علاقه‌مند امکان استفاده از شبکه‌های علمی و زیرساخت‌های اطلاعاتی را داشته باشند؛

۲. همچنین به‌منظور توسعه اطلافرینی در جامعه مجموعه‌ای از مهارت‌های تخصصی در این زمینه در دانشگاه‌ها آموزش داده شود؛

۳. برگزارکنندگان رخدادهای استارت‌آپ ویکند به اطلافرینی به‌عنوان یک استارت‌آپ توجه ویژه داشته باشند؛

۴. گروه‌های آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی در سراسر کشور می‌توانند به قلمرو اطلافرینی به‌عنوان یک مقوله درآمدزا برای دانشگاه توجه نمایند، این امر امکان ایجاد اشتغال برای دانش آموختگان رشته را فراهم می‌آورد.

در ادامه، پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی ارائه خواهد شد:

۱. پژوهش مستقلی در زمینه عوامل مؤثر بر گسترش اطلافرینی در پژوهشگاه‌های علمی کشور صورت گیرد؛

۲. پژوهشی با عنوان طراحی و تدوین مدل اطلافرینی در گروه‌های علم اطلاعات و دانش‌شناسی کشور انجام شود؛

۳. پژوهشی در خصوص تعیین نقش رشته‌های مختلف دانشگاهی بر اطلافرینی صورت پذیرد؛

۴. پژوهش جداگانه‌ای درباره تعیین نقش اطلافرینی در اقتصاد و اشتغال‌زایی کشور اجرا شود؛

۵. پژوهشی با هدف ارائه الگویی درباره اطلافرینی و ارتباط آن با کارآفرینی اجتماعی طراحی و انجام گردد.

منابع

اخوان‌صراف، احمدرضا، آراسته، مجید. (۱۳۸۷). *کارآفرینی زنان و فناوری اطلاعات و ارتباطات. ماهنامه کارو جامعه*، ۹۶(۲)، ۴۸-۵۵.

ادیب‌حاج‌باقری، محسن. (۱۳۸۵). *روش تحقیق گراندد تئوری*. تهران: نشر تبلیغ بشری.

بازرگان هرندی، عباس. (۱۳۸۷). *مقدمه ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته؛ رویکردهای متداول در علوم رفتاری*. تهران: نشر دیدار.

بازرگان‌هرندی، عباس. (۱۳۸۷). *روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت. دانش مدیریت*، ۲۱(۸۱). ۱۹-۳۶.

بهمنی، اکبر و خدایی، اسماعیل. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر گرایش‌های کارآفرینانه مدیران بر مدیریت دانش در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، ۴ (۱۵)، ۴۷-۵۸.

حریری، نجلا. (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم و تحقیقات.

دانایی‌فر، حسن، الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل. (۱۳۸۸). *روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*. تهران: انتشارات صفار.

دانایی فرد، حسن و امامی، سید مجتبی. (۱۳۸۶). *استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد. اندیشه مدیریت*، ۱(۲)، ۶۹-۹۷

صابری، محمدکریم. (۱۳۹۶). *کارآفرینی درعلم اطلاعات و دانش‌شناسی: یک تحلیل عاملی اکتشافی. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۸(۳)، ۲۹-۴۵.

صفرزاده، حسین. و جعفری، محمد سعید.(۱۳۸۹). *بررسی نقش عوامل سه شاخگی مدیریت در استقرار حراج الکترونیک.* فصلنامه مدیریت، ۸(۲۳)، ۵۱- ۷۰

علیدوستی، سیروس و خسروجردی، محمود. (۱۳۹۱). *مبانی اطلافرینی: کارآفرینی با اطلاعات و در اطلاع رسانی.* تهران، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران؛ چاپار.

محمدپور، احمد. (۱۳۸۹). *ضد روش: منطق و طرح در روش شناسی کیفی.* تهران: جامعه شناسان.

Analoui, F., Moghimi, S. M. & Khanifar, H. (2009). Public Sector Managers and Entrepreneurship in Islamic Republic of Iran. *Journal of Management Development*. 28(6), 522-532.

Blenker, P., Dreisler, P., Faergeman, H.M. & Kjeldsen, J. (2006). Strategies” in A. Fayolle & H. Klandt (eds.), International entrepreneurship.

Chandler, S. (2007). *From entrepreneur to infopreneur: Make money with books, eBooks and information products*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Coulson-Thomas, C. (2000). *The information Entrepreneur, changing requirement for corporate and individual success*.Winnersh:3Com Active Business unit.

Dewah, P. & Mutula, S. (2016). Students’ perceptions of the infopreneurship education in the Department of Records and Archives Management at the National University of Science and Technology’, *South African Journal of Information Management* 18(1), a717. Retrived from http://dx.doi. org/10.4102/sajim.v18i1.717

Du Toit, A. (2000). Teaching infopreneurship: students’ perspectives. *ASLIB proceedings*, 52(2), 83-90.

Gibb, Alan. (2005). *Entrepreneurship and small and medium enterprise development: Guide to a strategic policy review process and guide to the development of a strategic plan*. Paris: OECD.

Keat, O.Y., Selvarajah, C. & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students’. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 207–220.

Kassean, H., Vanevenhoven, J., Liguori, E. & Winkel, D.E. (2015). Entrepreneurship education: A need for reflection, real-world experience and action. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research,* 21(5), 690–708.

Lahm, Robert J., Jr, Stowe, Charles R.B. (2011). *Infopreneurship: Roots, evolution, and revolution.* Seoul: The Dream Catchers Group.

Lincoln, Y. S. & Guba, E. (1985). *Naturalistic enquiry*. Beverley Hills, CA: Sage.

Ramugondo. L. S. (September, 2010). An Exploratory study of infopreneurship as a job option forLibrary and Information Science students: A literature review. Presented at *The 11th DIS Annual Conference*. Richards bay, University of Zululand, South Africa.

Weber, R. (2011). *Evaluating entrepreneurship education*. Wiesbaden: Springer Gabbler.

Weitzen, H. Skip, & Rick Parkhill. (2006). *Infopreneurs, Online and Global: Taking the Hottest Business of the ’90s into the 21st Century*. USA: John Wiley & Sons.